

LAMPIRAN



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
Terkemuka, Modern, dan Islami

Kesejahteraan Sosial
Administrasi Publik
Ilmu Politik
Ilmu Komunikasi
Magister Ilmu Administrasi
Magister Ilmu Komunikasi



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
NOMOR: 33 TAHUN 2022**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING BAGI MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

- Menimbang** : Bahwa untuk membina mahasiswa yang sedang menyusun skripsi perlu ditunjuk Dosen Pembimbing.
- Mengingat**
1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 2. Undang-undang No : 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
 3. Peraturan Pemerintah RI No : 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
 4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No : 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
 5. Pedoman Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor : 02/PED/1.0/B/2012 tanggal 16 April 2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
 6. Statuta Universitas Muhammadiyah Jakarta.
 7. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor : 329 Tahun 2017 tentang Kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP-UMJ.
 8. Peraturan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor : 297 Tahun 2010 tentang Pedoman Pembimbing Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa.
 9. Surat Keputusan Dekan FISIP-UMJ Nomor : 28 tahun 2004 tanggal 25 Agustus 2004 tentang Prosedur Bimbingan dan Ujian Skripsi FISIP-UMJ.
 10. Surat Keputusan Dekan FISIP-UMJ Nomor : 23 tahun 2013 Tanggal 14 September 2013 tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi FISIP-UMJ.
 11. Peraturan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor : 626 Tahun 2021 tentang Persyaratan Dosen Pembimbing dan Penguji Tugas Akhir, Skripsi, Tesis dan Disertasi di Universitas Muhammadiyah Jakarta.
 12. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor: 405 Tahun 2021 Tertanggal 11 Agustus 2021, tentang Pengangkatan Dekan FISIP - UMJ Periode 2021-2024.
- Memperhatikan** : Hasil rapat Program Studi **Ilmu Komunikasi** dalam komisi pembimbing skripsi yang diketuai oleh Dekan.
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** : Menunjuk dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta yang namanya tercantum dalam kolom 2 (dua) di bawah ini untuk bertindak sebagai pembimbing skripsi mahasiswa yang namanya tersebut dalam kolom 4 (empat).

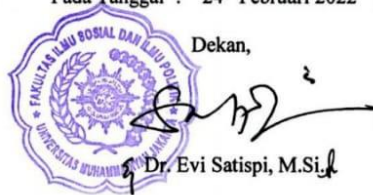
No	Nama Dosen	Tugas	Bagi Mahasiswa
1	2	3	4
	Siska Yuningsih, S.I.Kom, M.I.Kom.	Pembimbing	Siti Rahmalia (2017140067)
Judul : Strategi Marketing Public Relations dalam mempromosikan Koperasi Bina Mandiri Sejahtera (NAMASTRA) Kota Bogor.			

dengan ketentuan sebagai berikut:

- Pertama** : Tugas pemberian bimbingan **perpanjangan ke-1** terhitung mulai **tanggal 12 Maret 2022** sampai **12 September 2022**.
- Kedua** : Apabila kelak di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan maka akan diadakan pembetulan sebagaimana mestinya.
- Kutipan** : Diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan seperlunya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Februari 2022

Dekan,



Dr. Evi Satsipi, M.Si.

- Tembusan Yth.:**
1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
 2. Kepala Sub. Bag. Keuangan
 3. Arsip.



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
Terkemuka, Modern, dan Islami

Program Studi :
Ilmu Kesejahteraan Sosial
Ilmu Administrasi Publik
Ilmu Politik
Ilmu Komunikasi
Magister Ilmu Administrasi
Magister Ilmu Komunikasi
Magister Ilmu Politik



Nomor : 67 /F.1-UMJ/I/2022
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

11 April 2022

Kepada Yth.
Kepala Koperasi Namastra Cabang Pandu
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Teriring do'a kami sampaikan semoga kita semua dalam keadaan sehat walafiat,
dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

Selanjutnya kami informasikan, bahwa dalam rangka penulisan skripsi sebagai
tugas akhir Sdr. Siti Rahmalia NPM 2017140067 mahasiswa Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Jakarta bermaksud mendapatkan informasi dan data yang terkait
dengan judul skripsinya.

Sehubungan dengan itu kami mohon kesediaan Bapak/Ibu kiranya dapat membantu
mahasiswa kami tersebut dalam memperoleh data yang diperlukan. Adapun judul
skripsi dari mahasiswa tersebut ialah "Strategi Marketing Public Relations dalam
Mempromosikan Koperasi Bina Mandiri Sejahtera (NAMA STRA) Kota Bogor
dimasa Pandemi Covid 19"

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

Wabillahitaufiq Walhidayah

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. Evi Satispi, M.Si.

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 1,2,3

Lampiran 1. Wawancara *Key Informan*

Nama : Andhi Afriandhi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Umur : 35 Tahun
Pekerjaan : Kepala Cabang Koperasi Namastra Cabang Pandu
Tanggal wawancara : Senin, 18 April 2022

Pertanyaan : Strategi Marketing Public Relations dalam meningkatkan anggota koperasi, banyak koperasi yang kurang memiliki strategi yang baik dalam menjalankan koperasi tersebut sehingga banyak masyarakat yang masih belum mau menjadi anggota koperasi. Bagaimana Pihak Namastra menanggapi hal tersebut ?

Jawaban : Itu lah tantangan yg dihadapi koperasi namastra, kami harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa koperasi namastra merupakan koperasi yang terpercaya, dan juga dapat memberikan solusi keuangan bagi masyarakat yg tidak dapat memperoleh fasilitas kredit oleh perbankan. Apalagi di masa pandemi seperti ini, banyak sekali masyarakat yang kesulitan dalam masalah keuangan. Kami berusaha semaksimal mungkin untuk membantu memberikan solusi. Namastra dalam hal ini ikut berperan aktif dalam acara atau kegiatan yg dilakukan pemerintah setempat dan juga selalu rutin memberikan bantuan kepada yang membutuhkan supaya namastra dapat dikenal lagi oleh masyarakat.

Pertanyaan : Strategi apa yang digunakan Marketing Public Relations Koperasi Namastra dalam meningkatkan anggota koperasi ?

Jawaban : Humas berkoordinasi dengan team-team dicabang untuk melakukan berbagai macam event atau acara yang sifatnya bisa mingguan, bulanan atau bahkan tahunan. Namun di masa Pandemi Covid 19 ini kami membuat program baru yang khusus akan kami jalankan selama masa pandemi ini

Pertanyaan : Selain Strategi tersebut, apakah koperasi namastra memiliki Kerja sama dengan pihak lain untuk melakukan Strategi ?

Jawaban : Kami selalu membuat branding dengan membuat iklan, membuat *company profile* dan bekerjasama dengan media massa saat membuat event atau kegiatan sehingga hal tersebut bisa menimbulkan kesan positif terhadap koperasi namastra

Pertanyaan : Apakah Namastra mempunyai media sendiri sebagai sarana publikasi dan menggambarkan identitas Koperasi Namastra?

Jawaban : Kami memiliki company profil yang tertera di website Koperasi Namastra yang bisa dilihat oleh siapa saja, company profil tersebut bisa dilihat di website kami www.namastra.co.id. Dalam company profil tersebut kami menjelaskan mengenai struktur organisasi kami, visi dan misi, artikel mengenai kegiatan yang kami lakukan, dan juga menjelaskan produk-produk apa saja yang kami tawarkan dengan lengkap

Pertanyaan : Apakah ada bentuk pendekatan koperasi namastra dengan anggota? Misalnya pendekatan melalui sponsorship?

Jawaban : Pemberian sponsor juga merupakan bagian dari strategi yang sangat bagus, misalnya dalam suatu kelurahan atau suatu kabupaten akan mengadakan pertandingan sepak bola nah disitulah koperasi namastra bisa menjadi sponsor apakah sponsor dalam bentuk uang maupun hadiah akan tetapi tetap menampilkan ciri khas koperasi namastranya,

kami juga biasanya membuka stand pameran produk dalam acara tersebut dan juga kami memberikan hadiah langsung kepada masyarakat jika ada yang mendaftar langsung menjadi anggota ditempat.

Pertanyaan : Kegiatan layanan masyarakat seperti apa yang dijalankan oleh koperasi namastra untuk meningkatkan anggota koperasi?

Jawaban : Namastra memiliki program kegiatan layanan masyarakat yaitu Namastra Peduli. Dalam program tersebut kami melakukan penyauran donasi kepada rumah sakit terdampak covid 19. Kegiatan ini manfaatnya sangat besar karena disamping buat membantu masyarakat yang membutuhkan kegiatan ini juga akan sangat membekas diingatan masyarakat tentang Koperasi Namastra

Pertanyaan : Setelah semua strategi yang dilakukan, apa hambatan yang dihadapi Koperasi Namastra dalam menjalankan seluruh strategi tersebut?

Jawaban : Kendala yang dialami koperasi namastra diawal masa pandemi karena sempat terjadi lockdown banyak instansi yang tutup sehingga menghambat proses kerja Marketing Public Relations untuk membuat event dan kegiatan promosi lainnya

Pertanyaan : Apakah koperasi Namastra memiliki identitas visual agar masyarakat dapat mengenal Koperasi Namastra?

Jawaban : Dalam strategi ini kami tentu membuat logo koperasi yang menjadi symbol Koperasi Namastra, bagaimana dengan hanya melihat logo saja masyarakat sudah tahu kalau itu adalah logo dari koperasi namastra, dan logo-logo ini biasanya kami buat juga dicetak di kaos-kaos dan beberapa souvenir lainnya.

Pertanyaan : Apa faktor pendukung yang membuat strategi yang dilakukan dapat meningkatkan anggota?

Jawaban : Bagi koperasi namastra tugas Marketing Public Relations dalam menjalankan program namastra peduli selama masa pandemi covid 19 ini sangat menguntungkan dan sesuai dengan target sasaran, sehingga dengan hal ini koperasi namastra menjadi lebih dikenal dimasyarakat sehingga meningkatkan jumlah anggota baru

Lampiran 2. Wawancara Informan 1

Nama : Rullie Wahani Putra
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Umur : 38 Tahun
Pekerjaan : Kepala Devisi Koperasi Namastra Kantor Pusat
Tanggal wawancara : Rabu, 20 April 2022

Pertanyaan : Apakah Strategi Marketing Public Relations sangat penting bagi koperasi namastra dalam meningkatkan anggota koperasi?

Jawaban : Tentu saja sangat penting dan diperlukan sekali, Strategi humas pemasaran yang dilakukan harus baik juga sesuai dan sejalan dengan visi misi perusahaan. Kami memiliki company profile yang dapat dilihat oleh siapa saja, melakukan promosi dengan cara door to door, sebar brosur, mengadakan event, kegiatan sponsorship, sosialisasi langsung kepada masyarakat mengenai produk kami, dan juga mengadakan kegiatan amal salah satunya yaitu Menyantuni anak yatim dan juga donor darah dalam rangka Aniversary Koperasi Namastra, Event tersebut ternyata disambut dengan baik oleh masyarakat sehingga hal tersebut membuat dampak yang positif bagi koperasi Namastra.

Pertanyaan : Dampak apa yang timbul dari strategi yang dilakukan *Marketing Public Relations* tersebut?

Jawaban : Iya, menurut saya peran Marketing Public Relations sangat penting dalam hal menciptakan *opini public* yang menguntungkan bagi

perusahaan. Maka dari itu kami selalu membuat kegiatan seperti membuat kegiatan layanan masyarakat, event, publikasi, program *sponsorship* yang bisa menciptakan kesan positif terhadap perusahaan.

Pertanyaan : Lalu apakah pihak Marketing Public Relations sudah bekerja dengan baik dalam menyebarkan strategi ?

Jawaban : Humas berkoordinasi dengan team-team dicabang untuk melakukan berbagai macam event atau acara yang sifatnya bisa mingguan, bulanan dan tahunan. Adapun acara event yang bisa dilakukan secara mingguan antara lain dengan ikut berperan dalam acara *Car free day* ataupun acara jalan sehat bersama, dengan mengikuti event tersebut kami biasanya membuka booth koperasi namastra dengan membagikan brosur dan juga bisa konsultasi langsung dengan calon anggota baru

Pertanyaan : Apakah koperasi Namastra menjalin kerjasama dalam bentuk sponsorship?

Jawaban : Koperasi Namastra sangat terbuka bagi anggota yang ingin mengajukan sponsorship tentunya yang sejalan dengan visi misi kami. Salah satu Kegiatan sponsorship yang pernah dilakukan yaitu kegiatan donor darah

Pertanyaan : Apakah Koperasi Namastra melakukan promosi dengan memanfaatkan website atau bekerjasama dengan media online?

Jawaban : Koperasi Namastra memiliki website yang didalamnya terdapat artikel atau blog mengenai kegiatan apa saja yang kami jalankan. Kami juga melakukan kerjasama dengan beberapa media online untuk meliput kegiatan kami saat kami melakukan event tertentu

Pertanyaan : Apa yang dilakukan Koperasi Namastra dalam menjalankan fungsi media dalam meningkatkan nama Koperasi Namastra?

Jawaban : Saat ini *Marketing Public Relations* sudah membuat company profil yang akan di bagikan kepada para relasi-relasi dan juga para

pengusaha-pengusaha untuk dapat lebih meningkatkan nama koperasi
namastra di masyarakat luas

Lampiran 3. Wawancara Informan 2

Nama : Regita Widia
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 25 Tahun
Pekerjaan : Staff Humas Koperasi Namastra Cabang Pandu
Tanggal wawancara : Senin, 18 April 2022

Pertanyaan : Apa saja strategi yang dijalankan humas marketing dalam meningkatkan koperasi namastra dalam masa pandemi covid - 19 ini?

Jawaban : Kami selalu mengikuti event Car Free Day dan juga membuat event sendiri salah satunya kami mengadakan sosialisasi mengenai koperasi kepada masyarakat. Dalam event atau acara mingguan tersebut team koperasi namastra bisa membagikan brosurnya secara langsung dan bahkan bisa berkomunikasi langsung dengan para peserta acara sehingga bisa langsung tepat sasaran dan juga bisa terjadi interaksi dengan para masyarakat. Selain event mingguan bisa juga aktif dalam event bulanan seperti mengadakan kompetisi seperti futsal, bulutangkis, di daerah-daerah yang masih dalam wilayah cakupan cabang koperasi. Event tahunan yang bisa diadakan seperti mengadakan perlombaan 17 agustus atau berperan dalam ulang tahun koperasi ataupun acara gala dinner dalam rangka imlek

Pertanyaan : Apa Koperasi Namastra sudah menjalankan identitas visual untuk lebih dikenal masyarakat?

Jika iya apa saja bentuk identitas visualnya?

Jawaban : Strategi ini menurut saya merupakan strategi yang sangat bagus dalam mengembangkan suatu usaha koperasi. Karena dalam suatu organisasi

atau perusahaan maupun koperasi manapun sebelum melakukan pemasaran keluar sangat diperlukan istilahnya peluru buat team lapangan perang diluar, peluru-peluru tersebut itulah antara lain seperti brosur, kesiapan produk, kesiapan manpower, company profile itu sudah harus siap dan tersaji. Koperasi Namastra sudah menjalankan hal-hal tersebut kami memiliki brosur, logo, company profil yang terbuka bagi anggota dan masyarakat yang ingin tahu tentang produk-produk kami

Pertanyaan : Bagaimana cara humas menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga dapat meningkatkan anggota koperasi?

Jawaban : Strategi humas pemasaran dalam hal ini yaitu dengan membuat dan menjalankan program Namastra Peduli. Dimana program tersebut kami melakukan penyaluran donasi ke Rumas Sakit yang menerima pasien Covid 19 di sekitar Bogor. Program-program tersebut disambut baik oleh masyarakat dan juga anggota, sehingga memberikan dampak yang positif bagi Koperasi Namastra.

Pertanyaan : Apakah setelah menjalankan strategi tersebut saat ini anggota koperasi namastra meningkat?

Jawaban : Dengan adanya pandemi covid 19 membuat marketing public relations memiliki program baru yaitu namastra peduli yang menjadikan koperasi namastra menjadi lebih dikenal, dan juga karena adanya pandemi covid menjadikan masyarakat jadi lebih membutuhkan dana untuk bertahan di masa pandemi covid 19 ini, sehingga koperasi namastra bisa dijadikan solusi untuk menangani masalah tersebut, dan juga koperasi namastra berhasil bertahan dimasa pandemi ini karena tidak mengalami gagal bayar di saat koperasi yang lain mulai mengalami gagal bayar tersebut

Pertanyaan : Siapa saja target *Marketing Public Relations* dalam menjalankan strategi tersebut ?

Jawaban : Target sasaran kami merupakan ibu-ibu atau bapak-bapak yang berusia 25-45 tahun, dimana pada usia tersebut mereka masih sangat produktif dan masih membutuhkan bantuan finansial dari luar untuk membangun usaha atau mempertahankan usahanya. Setelah menentukan target sasaran biasanya kami mulai menjalankan program promosi yang sesuai agar bisa mencapai target yang sudah ditentukan

Pertanyaan : Apa tujuan Koperasi Namastra membuat suatu strategi humas ?

Jawaban : Sebagai *Marketing Public Relations* tugas saya memang harus bisa menciptakan *opini public* yang positif. Kami juga aktif mengadakan event atau sosialisasi tentang koperasi dengan anggota koperasi atau calon anggota baru koperasi. Koperasi Namastra secara agresif mempromosikan produknya kepada anggota koperasi dan juga calon anggota baru koperasi

Pertanyaan : Apakah Koperasi Namastra melakukan kerjasama dengan media online?

Jawaban : Kami melakukan promosi melalui media online dengan mengundang dan mengirimkan press release kepada media salah satunya kami pernah bekerjasama dengan tribun news Jabar saat melakukan event Namastra Peduli. Kami juga sangat terbuka kepada anggota dengan selalu update mengenai kegiatan kami dengan selalu membuat artikel yang dapat dilihat diwebsite kami

Pertanyaan : Bagaimana cara *Marketing Public Relations* menjelaskan mengenai program-program yang sedang dijalankan agar terkoordinasi dengan karyawan Koperasi yang lain?

Jawaban : *Marketing Public Relations* berkesempatan menyampaikan pidatonya pada saat Rapat anggota tahunan, yang dihadiri oleh Dinas koperasi setempat, para pengurus, para anggota dan juga para tamu undangan lainnya baik itu para relasi-relasi dan juga para pengusaha-pengusaha yang tertarik untuk bekerjasama dengan koperasi namastra

Pertanyaan : Apa saja hambatan atau kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi tersebut?

Jawaban : Demi membangun branding yang baik di mata anggota, Koperasi Namastra juga sempat memangkas karyawan untuk mempertahankan perusahaannya agar bisa bertahan ditengah pandemi covid dan tetap bisa mencairkan deposito nasabah atau produk tabungan lainnya yang berada di namastra sehingga nama namastra tetap baik, akan tetapi dengan adanya pengurangan karyawan menghambat banyak pekerjaan karna dilakukan oleh beberapa orang saja. Hal ini juga mengakibatkan tugas *Marketing Public Relations* semakin berat agar bisa tetap mempertahankan citra perusahaan agar para anggota tetap percaya dan juga tetap bisa menambah anggota baru

Pertanyaan : Apakah media sosial facebook memiliki pengaruh yang besar dalam meningkatkan anggota baru Koperasi Namastra?

Jawaban : Kalo untuk facebook respon yang didapat cukup besar, karena semua orang bisa mengaksesnya. Kami juga selalu update mengenai informasi terbaru Koperasi Namastra di Facebook. Kekurangannya cuma sedikit berbeda dari instagram, karena saat ini sudah jarang yang main Facebook kan.

Lampiran 4. Wawancara Triangulasi

Nama : Lusi Utami

Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 35 Tahun
Pekerjaan : Wiraswasta
Tanggal wawancara : Selasa, 19 April 2022

Pertanyaan : Apakah anda merupakan anggota koperasi Namastra?

Jawaban : Iya benar, saya merupakan anggota Koperasi Namastra

Pertanyaan : Sudah berapa lama anda menjadi anggota koperasi namastra?

Jawaban : Kurang lebih sudah 2 tahun saya menjadi anggota Koperasi Namastra

Pertanyaan : Dimana anda tau mengenai program-program koperasi namastra?

Jawaban : Awalnya waktu itu saya sedang membuka Instagram, lalu di instagram saya muncul iklan instagram Koperasi Namastra itu. Dan saya tertarik karena memang saya sedang mencari-cari tentang produk simpan pinjam, akhirnya saya buka instagramnya deh. Sempet juga waktu itu liat di website Koperasi Namastra langsung juga karena tertera linknya di bio Instagram jadi saya bisa klik dan membukanya langsung.

Pertanyaan : Apakah menurut ibu Koperasi Namastra sudah efektif dalam menjalankan sosial medianya khususnya instagram?

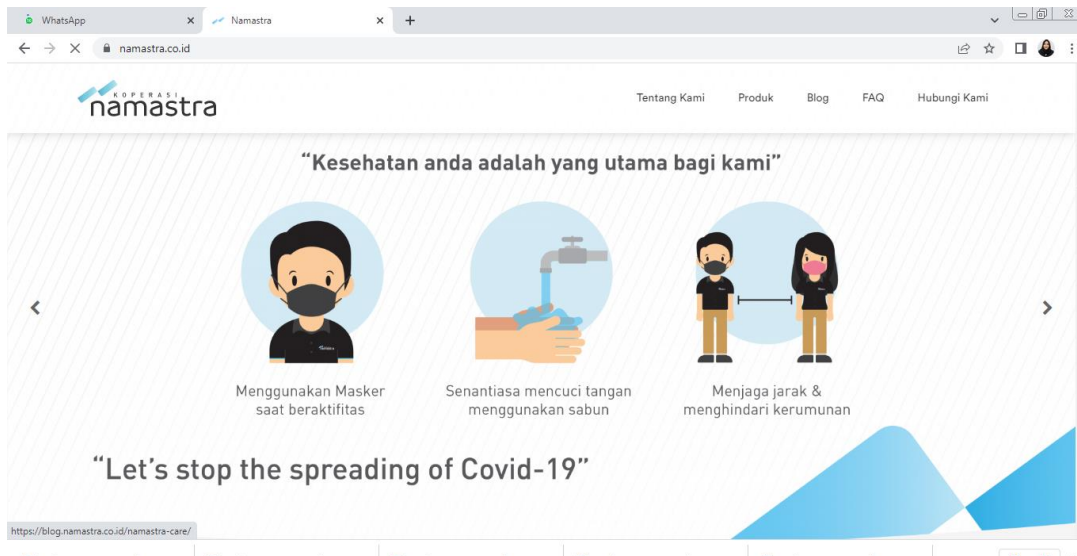
Jawaban : Menurut saya sudah cukup efektif ya, karena dari official akun Koperasi Namastra itu sendiri sudah terlihat jelas. Dan saya rasa Koperasi Namastra sangat memanfaatkan sosial media dengan sangat baik untuk menarik anggota barunya. Saya lihat juga dari kegiatan yang dilakukan Koperasi Namastra melalui instagramnya memiliki kepedulian terhadap masyarakat sekitar

Pertanyaan : Apakah dalam situasi Covid-19 ini koperasi Namastra tetap bertanggung jawab dalam memproses transaksi yang anda inginkan?

Jawaban : Se jauh ini saya selalu lancar jika ingin melakukan transaksi dan tidak ada kendala, hanya saja selama masa pandemi jam operasional Koperasi Namastra dikurangi sehingga saya harus menyesuaikan.

Media yang Digunakan Koperasi Namastra

Website Koperasi Namastra (Namastra.co.id)



Instagram Koperasi Namastra (Namastra.Pandu)



Facebook Koperasi Namastra(Koperasi Namastra)

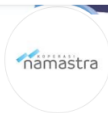
facebook

Email atau telepon

Kata Sandi

Masuk

Lupa Akun?



Koperasi Namastra

@koperasinamastra · Layanan Masyarakat

Telepon Sekarang

Beranda Ulasan Video Foto Lainnya

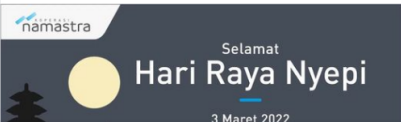
Tentang

Lihat Semua



Koperasi Namastra
3 Maret · Instagram

Selamat hari raya nyepi



Dokumentasi Penulis Saat Wawancara dengan Informan



Gambar di atas merupakan dokumentasi penulis setelah melakukan wawancara dengan Informan 1, Bapak Andhi. Merupakan Kepala Cabang Koperasi Namastra Cabang Pandu selaku *Key Informan*. Wawancara dilakukan di Kantor Koperasi Namastra pada hari senin, 18 April 2022.



Gambar di atas merupakan dokumentasi penulis setelah melakukan wawancara dengan Informan 2, Bapak Rullie. Merupakan Kepala Divisi Koperasi Namastra Kantor Pusat selaku *Key Informan*. Wawancara dilakukan Via zoom meeting pada hari Rabu, 20 April 2022.



Gambar di atas merupakan dokumentasi penulis setelah melakukan wawancara dengan Informan 3, Ibu Regita. Merupakan Staff Humas Koperasi Namastra Cabang Pandu selaku *Key Informan*. Wawancara dilakukan di Kantor Koperasi Namastra pada hari senin, 18 April 2022.



Gambar di atas merupakan dokumentasi penulis setelah melakukan wawancara dengan Informan Triangulasi, Ibu Lusi. Merupakan Anggota Koperasi Namastra selaku *Key Informan triangulasi*. Wawancara dilakukan di Rumah Anggota pada hari selasa, 19 April 2022.